

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN EMAS
PT PEGADAIAN (Persero)**



SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Sarjana
Terapan (D-IV) Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi
Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

SAFIRAH RIZKIAH

NPM 0615 4063 2042

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

PALEMBANG

2019

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (*INTEGRATED
MARKETING COMMUNICATION*) TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH TABUNGAN EMAS PT PEGADAIAN (Persero)
CABANG LEMABANG PALEMBANG



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Sarjana
Terapan (D-IV) Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi
Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya

Oleh:
SAFIRAH RIZKIAH
0615 4063 2042

Menyetujui,

Pembimbing I,

Ummasyroh, S.E., M.Ed.M.
NIP 196106051989032002

Palembang, Juli 2019
Pembimbing II,

Dewi Fadila, S.E., M.M.
NIP 197504212001122001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

Dr. A. Jalaludin S. S.E., M.Hum.Res.M
NIP 196008061989101001

Ketua Program Studi Manajemen Bisnis,

Dra. Yusleli Herawati, S.E., M.M.
NIP 196005071988112001



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139

Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Safirah Rizkiah
NIM : 061540632042
Program Studi : Manajemen Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Pada PT Pegadaian (Persero)

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik di lingkungan Politeknik Negeri Sriwijaya maupun di Perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali dari Tim Pembimbing Skripsi.
3. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali yang tercantum jelas sebagai referensi dengan menyebutkan nama pengarang sebagai mana tercantum dalam kutipan dan daftar kepustakaan.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan bila dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini serta sanksi lain sesuai dengan aturan yang berlaku di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Palembang, Juli 2019

Surat Pernyataan



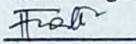
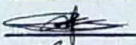
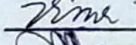

Safirah Rizkiah
NPM. 0615 4063 2042

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Safirah Rizkiah
NIM : 0615 4063 2042
Program Studi : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu
Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih
Tabungan Emas PT Pegadaian (Persero)

Telah Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Ujian Skripsi
Program Studi Manajemen Bisnis
Dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari : Jum'at
Tanggal : 2 Agustus 2019

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dewi Fadila, S.E., M.M.		05 AUG 2019
2.	Esya Alhadi, S.E., M.M.		05-08-19
3.	Deslochal Djumrianti, S.E., MIS., Ph.D		05-08-19
4.	Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si		06-08-19

MOTTO dan PERSEMBAHAN

"Indeed, with hardship [will be] ease".

-- Surat Al-Insyirah 94: 6--

“Tidak perlu risau, lakukan yang terbaik maka hasil tidak akan salah”.

--SR--

Saya Persembahkan Kepada :

- ❖ Kedua Orang Tua
- ❖ Adik-adik serta Keluarga Besar Tercinta
- ❖ Dosen-dosen yang Telah Membimbing Saya Selama ini
- ❖ Teman-teman yang telah memotivasi ku
- ❖ Teman Seperjuangan 8 Manajemen Bisnis. B

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas karunia Tuhan YME, Skripsi ini berjudul “**Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Pada PT Pegadaian (Persero)**” dapat diselesaikan, sehingga sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen Bisnis dapat penulis rampungkan.

Setiap perusahaan tentunya ingin mencapai suatu keberhasilan. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan harus memperthankan pangsa pasar yang dimiliki dengan cara menjalin keterikatan dengan nasabah. Skripsi ini meneliti mengenai komunikasi pemasaran terpadu mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan emas.PT Pegadaian Cabang Lemabang Palembang, penelitian ini dilaksanakan pada awal tahun 2019 ini menggunakan metode analisis bersifat deskriptif kuantitatif.

Hasil ini disimpulkan pada skripsi bahwa variabel Komunikasi Pemasaran Terpadu yang meliputi periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan berpengaruh secara simultan (secara bersama-sama) beserta indikator-indikatornya memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan emas dan diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan seperti kemudahan-kemudahan dalam bertransaksi.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian Skripsi ini berkat adanya arahan, bantuan, dan dorongan dari banyak pihak, karena ini Penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan Skripsi ini. Penulis juga berharap Skripsi ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi semua pihak.

Palembang, Juli 2019

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Pada PT Pegadaian (Persero) Palembang”** tepat pada waktunya. Skripsi adalah sebagai salah satu syarat yang telah ditetapkan dalam menyelesaikan pendidikan Diploma IV di Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memberikan yang terbaik, akan tetapi penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Hal ini terjadi karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Namun berkat bimbingan, petunjuk dan nasihat dari semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Dipl. Ing. Ahmad Taqwa, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Dr. A. Jalaluddin S, S.E., M.Hum.Res.M selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Ibu Dra. Yusleli Herawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Ibu Ummasyroh, S.E., M.Ed.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan saran yang berguna dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dewi Fadila, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan saran yang berguna dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Sri Julinawati selaku Senior Manager PT Pegadaian Cabang Lemabang Palembang.

7. Bapak dan Ibu Dosen serta para Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang yang selama ini telah memberikan Ilmu Pengetahuan kepada kami.
8. Kedua orang tua ku tercinta yang selalu memberikan semangat, motivasi dan mendoakan dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Saudara-saudara ku yang telah memberikan motivasi dan doa.
10. Teman-teman di kelas 8 MBB yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun material, terima kasih atas semangat dan waktunya dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan selama pengerjaan skripsi ini agar dapat selesai tepat pada waktunya.

Akhir kata penulis menyampaikan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kekurangan dalam skripsi ini, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT, untuk itu segala kritik dan saran akan penulis terima dengan kerendahan hati. Penulis sangat mengharapkan semoga Allah SWT dapat melimpahkan rahmat-Nya kepada mereka dan membalas segala kebaikan dan pengorbanan yang diberikan kepada penulis dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa/i jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.

Palembang, Juli 2019
Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas PT Pegadaian Cabang Lemabang Palembang. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan alat analisis kuesioner yang didistribusikan kepada responden. Responden pada penelitian ini adalah 94 nasabah aktif dengan menggunakan *Probability Sampling* dan teknik pengambilan sampel yang dipakai *Purposive Sampling*. Penelitian ini menggunakan SPSS 23 untuk uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas). Pengujian hipotesis secara parsial dan simultan menggunakan uji regresi linier berganda, uji T , uji F, uji korelasi dan uji determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran terpadu meliputi periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan baik secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan emas PT Pegadaian Cabang Lemabang Palembang.

Kata Kunci: komunikasi pemasaran terpadu, proses keputusan nasabah

ABSTRACT

The objective of this research are to determine and examine the effect of integrated marketing communication on the customer decisions in choosing gold savings PT Pegadaian Lemabang Branch Palembang. This research uses a survey method with a questionnaire analysis tool distributed to respondents. The Respondents of this Research are 94 active customers selected by Probabilly Sampling and the sampling technique used is Puposive Sampling. This research uses SPSS 23 to test the validity, reliability test, classic assumption test (normality test, multicolonearity test and heteroscedasticity test). Hypothesis testing partially and simultaneously using multiple linear regression test, T test, F test, correlation test and determination test. The result of this research shows that integrated marketing communication includes advertising, public relations, personal sales and sales promotion both simultaneously and partially has a significant effect on customer decisions in choosing gold savings PT Pegadaian Lemabang Branch Palembang.

Keywords: *integrated marketing communication, desicion on the customer*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	7
2.1.3 Pengambilan Keputusan	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Pemikiran	19
2.4 Hipotesis	20
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian	21
3.2 Rancangan Penelitian	21
3.3 Sumber Data	22
3.4 Populasi dan Sampel	22

3.5	Prosedur Pengumpulan Data	23
3.6	Skala Pengukuran	24
3.7	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
3.7.1	Definisi Operasional	25
3.7.2	Identifikasi Variabel	26
3.8	Teknik Analisis Data	29
3.8.1	Uji Instrumen Variabel	29
3.8.1.1	Uji Validitas	29
3.8.1.2	Uji Reliabilitas	29
3.9	Uji Asumsi Klasik	30
3.9.1	Uji Normalitas	30
3.9.2	Uji Multikolonieritas	31
3.9.3	Uji Heterokedasititas	31
3.10	Metode Analisis	32
3.10.1	Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.10.2	Uji Parsial (Uji T)	33
3.10.3	Uji Simultan (Uji F)	35
3.10.4	Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R ²)	36
3.10.4.1	Koefisien Korelasi (r)	36
3.10.4.2	Koefisien Determinasi (R ²)	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1	Sejarah Perusahaan	38
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	40
4.1.2.1	Visi Perusahaan	40
4.1.2.2	Misi Perusahaan	40
4.1.3	Produk Tabungan Emas	40
4.1.4	Komunikasi Pemasaran Terpadu PT Pegadaian	42
4.2	Deskriptif Data Penelitian dan Responden	43
4.2.1	Deskriptif Data Penelitian	43

4.2.2	Deskriptif Responden	44
4.2.2.1	Responden Menurut Usia	44
4.2.2.2	Responden Menurut Jenis Kelamin	45
4.2.2.3	Responden Menurut Profesi Responden	45
4.2.2.4	Responden Menurut Pendapatan	46
4.2.3	Deskriptif Variabel	46
4.2.3.1	Deskriptif Variabel Komunikasi Pemasaran Terpadu (X)	46
4.2.3.2	Deskriptif Variabel Pengambilan Keputusan Nasabah (Y)	51
4.3	Hasil Analisis Data	52
4.3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
4.3.1.1	Uji Validitas	52
4.3.1.2	Uji Reliabilitas	55
4.3.2	Analisis Uji Asumsi Klasik	57
4.3.2.1	Uji Normalitas	57
4.3.2.2	Uji Multikolinearitas	57
4.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas	59
4.3.3	Metode Analisis	60
4.3.3.1	Analisis Model Persamaan Regresi Linier Berganda	60
4.3.3.2	Analisis Uji T (Hipotesis Parsial)	63
4.3.3.3	Analisis Uji F (Hipotesis Simultan)	67
4.3.4	Analisis Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Produk-Produk PT Pegadaian	2
Tabel 1.2 Jumlah Rekening Tabungan Emas Aktif Cabang Lemabang	3
Tabel 2.1 Penelitian-Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Skala Pengukuran	25
Tabel 3.2 Indentifikasi Variabel	26
Tabel 4.1 Responden Menurut Usia	44
Tabel 4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3 Responden Menurut Profesi Responden	46
Tabel 4.4 Responden Menurut Pendapatan	46
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Periklanan	47
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Hubungan Masyarakat	48
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Penjualan Pribadi	49
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan	50
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Nasabah	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Pemasaran Terpadu (X) dan Pengambilan Keputusan (Y)	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi Pemasaran Terpadu (X) dan Pengambilan Keputusan (Y)	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonearitas Variabel Bebas	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Berganda	61
Tabel 4.14 Hasil Uji t Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu (X) Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas (Y) Secara Parsial	65
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Secara Bersamaan Uji F	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien dan Determinasi Komunikasi Pemasaran Terpadu (X) Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas (Y)	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 3.2 Rumus Uji Reliabilitas	30
Gambar 4.1 Uji Normalitas	57
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas dengan Data Keputusan Nasabah memilih Tabungan Emas Sebagai Variabel Dependen	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Pengambilan Data Dari Polsri
- Lampiran 2 Surat Balasan PT Pegadaian Cabang Lemabang
- Lampiran 3 Surat Permintaan Data Jumlah Rekening Nasabah Tabungan Emas
Cabang Lemabang
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Bimbingan
- Lampiran 5 Lembar Konsultasi Bimbingan
- Lampiran 6 Tabulasi Responden dan Kuesioner
- Lampiran 7 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 10 Hasil Uji Multikolonearitas
- Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 12 Hasil Uji Parsial (Uji T)
- Lampiran 13 Hasil Uji Simultan (Uji F)
- Lampiran 14 Hasil Uji Korelasi dan Uji Determinasi